

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	9
G. Hipotesis.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen.....	22
B. Manajemen Pemasaran.....	27
C. Citra Perusahaan.....	33
D. Promosi.....	37
E. Keputusan Pembelian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	45
B. Populasi dan Sampel.....	46

C. Jenis Data.....	47
D. Variabel Penelitian.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Analisis Data.....	52
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	62
B. Konsep Perolehan Data.....	72
C. Hasil Penelitian.....	75
D. Analisis Data.....	89
E. Pembahasan.....	100

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data penjualan Qur'an Syaamil tahun 2017	5
Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.1. Elemen Dasar Manajemen.....	24
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.2. Kriteria Untuk Interpretasi Skor Koefisien Korelasi.....	56
Tabel 3.3. Jadwal penelitian Tahun 2017-2018	61
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	76
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Citra Perusahaan	78
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Promosi	82
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	85
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Validasi Instrumen Citra Perusahaan.....	90
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Validasi Instrumen Promosi.....	91
Tabel 4.10. Hasil Pengujian Validasi Instrumen Keputusan Pembelian	91
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Citra Perusahaan.....	92
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Reliabilitas Promosi.....	93
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Reliabilitas Keputusan Pembelian	93
Tabel 4.14. Kriteria interpretasi skor koefisien korelasi.....	94
Tabel 4.15. Analisis Koefisien Korelasi	94

Tabel 4.16. Analisis Regresi Linier Berganda	96
Tabel 4.17. Uji T.....	98
Tabel 4.18. Analisis Hasil Uji F	99
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi	100



DAFTAR GAMBAR

1.1. Kerangka Teoritis.....	16
1.2. Kerangka Pemikiran.....	17
2.1. Faktor dan Indikator Citra Perusahaan.....	36
2.2. Proses Pengambilan keputusan.....	43
4.1. Struktur Organisasi Sygma Examedia Arkanleema.....	65
4.2. Konsep Perolehan Data Citra Perusahaan.....	72
4.3. Konsep Perolehan Data Promosi.....	73
4.4. Konsep Perolehan Data Keputusan Pembelian.....	74

